

INCONTRO ACCORDO PREMIO DI RISULTATO 2 DICEMBRE 2021 – NET PROMOTER SCORE

In data 2 Febbraio '22 si è svolto l'incontro in oggetto. Presenti oltre ai rappresentanti aziendali, i referenti della società Medallia, assegnataria del progetto NPS (Net Promoter Score).

L'azienda, in premessa, esprime la soddisfazione del top management per l'andamento delle performances operative.

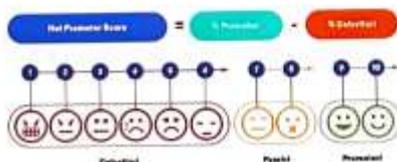
Per necessità di sintesi e chiarezza invitiamo alla lettura della mail dedicata al Premio di Risultato (PdR) mandata a tutto il personale alle dipendenze di ITA, nella quale sono enunciati in 5 slides i meccanismi e i valori relativi al NPS.

Scopo della riunione:

- 1) Illustrazione dello schema di rilevamento dei dati del NPS
- 2) Comunicazione del valore target del primo semestre ed annuale

Per quanto riguarda il primo punto, rimandiamo alla lettura slide 2, dove è illustrato il criterio con cui si rilevano i dati e si costruisce lo score (vedi sotto).

- Il Net Promoter Score (NPS) è un indicatore che misura la raccomandabilità dell'azienda, attraverso una sola semplice domanda:
Su una scala da 0 a 10, con quale probabilità consiglieresti questo prodotto/servizio ad un tuo amico o collega?
- In base alla risposta fornita, i Clienti vengono considerati:
 - **Detrattori** (coloro che forniscono un giudizio da 0 a 6): non solo questi clienti non raccomanderanno l'azienda, ma potrebbero anche sconsigliare i suoi servizi ad amici e conoscenti. In breve, sono coloro i quali lasciano recensioni negative.
 - **Passivi** (coloro che forniscono un giudizio da 7 a 8): questi clienti, pur non avendo particolari reclami sui prodotti o sul servizio usufruito, non raccomanderebbero l'azienda. La loro posizione è estremamente neutrale ed è pertanto trascurabile nel calcolo NPS.
 - **Promotori** (coloro che forniscono un giudizio da 9 a 10): i clienti in questo gruppo sono quelli più soddisfatti e più propensi a consigliare l'azienda alla propria cerchia di conoscenti.
- L'**NPS** è la differenza tra la percentuale di promotori e quella di detrattori e può assumere un valore tra +100 (tutti i rispondenti sono Promotori) e -100 (tutti i rispondenti sono Detrattori)



Relativamente al secondo punto, **il target è stato fissato a "19" per il primo semestre e a "22" per il secondo semestre;** per il significato di questi valori e le performances dei competitors di riferimento europei (vedi sotto).

- Nel settore delle airline, il Net Promoter Score si sta affermando come uno degli indicatori rilevanti per la determinazione del **valore prospettico dell'azienda**, con valori molto variabili a seconda del mercato di riferimento



- La credibilità di questa metrica è cresciuta negli ultimi anni al punto da essere ormai stabilmente ed estensivamente considerata tra gli indicatori di performance economico-finanziaria dell'azienda

Infine, viene indicato dall'azienda il valore medio del premio per le varie categorie di lavoratori.

Le nostre perplessità, generate dalla esposizione del tema e evidenziate, sono numerose e sostanziali. Innanzitutto, come ormai ricorrente, nel metodo non c'è stato alcun coinvolgimento delle rappresentanze sulla condivisione dei valori target. Non è stato condiviso, né illustrato, il “pacchetto” di domande e il metodo di somministrazione al cliente delle stesse.

A titolo indicativo, Alitalia ha adottato il NPS nel 2019, raggiungendo il valore massimo di “12”. ITA, ad oggi, si attesta intorno a “15”. Intervengono i referenti di Medallia, owner del progetto, i quali ribadiscono che i risultati finora raggiunti sono di soddisfazione e che comunque il sistema è dinamico e prevede monitoring continuo e definizione delle misure necessarie a migliorare le performances in corso d'opera.

La nostra organizzazione ritiene estremamente sfidante il raggiungimento di entrambi gli obiettivi NPS (sia semestrale che annuale) in considerazione di tre fattori principali:

- 1) Valori di riferimento AZ a “12” in un anno in cui la stessa ha ottenuto performances straordinarie su regolarità, puntualità, restituzione bagagli, qualità dei servizi in classe Prima sul Lungo Raggio
- 2) ITA non è una “full service carrier” e la percezione di gradimento del cliente afferisce anche ad aree che non sono sotto il suo diretto controllo
- 3) Performances attuali a “15” con l'indubbia facilitazione dello scarso traffico di periodo, che sicuramente rende più facile il consolidamento di regolarità e puntualità e occasionali i disservizi, status destinato a cambiare drasticamente con l'avvento della stagione summer

Non ultimo, pensiamo alla condizione di Start Up dell'azienda e alla pretesa di richiedere, sin dalla fase iniziale, performances nel range di vettori strutturalmente consolidati.

A tale proposito ribadiamo che l'auspicabile raggiungimento di un NPS “22” a fine 2022 ci collocherebbe nel gruppo dei competitors di riferimento. Vista l'importanza strategica di questo indicatore, il target definito rappresenterebbe nei fatti il raggiungimento di piena maturità e la fine della fase di start up dell'azienda, ponendo le condizioni per un ritorno alla applicazione del CCNL.

Abbiamo infine chiesto, in considerazione dello sfidante valore individuato, di applicare per la quota parte del PdR che riguarda il NPS lo stesso criterio previsto per la quota parte basata sull'Ebitdar (50% del premio previsto al raggiungimento dell'85% del target prefissato, con incremento lineare fino a raggiungere il 100% del premio ad obiettivo Ebitdar consolidato). L'azienda ha ribadito che al momento non è previsto questo meccanismo.



Per quanto riguarda l'erogazione del premio e il regime di tassazione: erogazione a partire da luglio in 6 rate mensili per il 50% del valore complessivo, parimenti per i valori di secondo semestre, la tassazione è al 10% secco senza cumulo di reddito. Sono allo studio possibilità di utilizzo del premio in toto o quota parte verso misure di welfare (FONDAEREO ecc).

Di fondo rimangono considerazioni sull'impatto negativo ai fini previdenziali che un tale assetto retributivo comunque genera, anche nell'auspicabile, e nulla affatto scontato, caso di raggiungimento del target.

Stigmatizziamo la non coerenza tra i propositi rappresentati di voler erogare il premio da una parte, e la definizione di un target oggettivamente molto ambizioso, dall'altra.

Saranno calendarizzate altre riunioni sul tema. Vista la sua criticità per gli effetti sulle retribuzioni, la nostra associazione seguirà costantemente il progetto PdR e i relativi meccanismi di attuazione a tutela dei suoi iscritti.

Roma, 02 febbraio 2022



Via Prenestina n° 170 – 00176 Roma
Tel: 06.89535974 - 06.89535975 --- fax: 06.89535976
e-mail: sg@sindacatofast.it --- p.e.c: sg@pec.sincadatofast.it

